

## สารบัญ

หัวข้อ	หน้า
บทคัดย่อ .....	ก
Abstract .....	ก
กิตติกรรมประกาศ .....	จ
สารบัญ .....	ฉ
สารบัญตาราง .....	ฉ
สารบัญแผนภาพ .....	ญ
<b>บทที่ 1 บทนำ .....</b>	<b>1</b>
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
คำถามการวิจัย .....	4
วัตถุประสงค์การศึกษา .....	4
สมมติฐานการศึกษา .....	5
ขอบเขตการศึกษา .....	5
คำนิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ .....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	6
<b>บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....</b>	<b>8</b>
บริบทเกี่ยวกับตลาดเกษตรมหาสารคาม .....	8
แนวคิดที่เกี่ยวข้อง .....	10
ความหมาย ลักษณะภาษีท้องถิ่นและสาระสำคัญของพระราชบัญญัติภาษีบำรุงท้องที่	
การค้าปลีก .....	10
พฤติกรรมผู้บริโภค .....	16
การตัดสินใจ .....	21
การจงใจ .....	23
การวางแผนกลยุทธ์ .....	27

หัวข้อ	หน้า
ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง .....	31
ความพึงพอใจ .....	31
ส่วนประสมทางการตลาด .....	35
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	39
งานวิจัยในประเทศ .....	39
งานวิจัยต่างประเทศ .....	44
กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	45
<b>บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา .....</b>	<b>50</b>
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	50
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	54
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	58
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล .....	55
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล .....	56
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....</b>	<b>57</b>
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	57
ลำดับขั้นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	57
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	58
<b>บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....</b>	<b>73</b>
วัตถุประสงค์การวิจัย .....	73
สมมุติฐานการวิจัย .....	73
สรุปผลการวิจัย .....	74
อภิปรายผล .....	75
ข้อเสนอแนะ .....	78
<b>บรรณานุกรม .....</b>	<b>80</b>
<b>ภาคผนวก .....</b>	<b>85</b>
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย .....	86

หัวข้อเรื่อง	หน้า
ภาคผนวก ข การหาคุณภาพเครื่องมือ .....	92
ภาคผนวก ค หนังสือขอความอนุเคราะห์ .....	96
ประวัติผู้วิจัย .....	102



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
 RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแผนกสินค้า ..... 51
2	แสดงจำนวนและร้อยละคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค (n = 384) ..... 58
3	จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าที่ ตลาดเกษตรมหาสารคาม ..... 59
4	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการ เลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่ตลาดเกษตรมหาสารคาม โดยรวมและรายด้าน ..... 62
5	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใน การเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่ตลาดเกษตรมหาสารคาม โดยรวมและรายข้อ ด้านสินค้า ..... 63
6	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือก ซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่ตลาดเกษตรมหาสารคาม โดยรวมและรายข้อ ด้านราคา ..... 64
7	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือก ซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่ตลาดเกษตรมหาสารคาม โดยรวมและรายข้อ ด้านสถานที่ .. 65
8	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือก ซื้อสินค้าตลาดของผู้บริโภคที่เกษตรมหาสารคาม โดยรวมและรายข้อ ด้านการ ให้บริการ ..... MAHASARAKHAM UNIVERSITY ..... 66
9	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใน การเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่ตลาดเกษตรมหาสารคาม โดยรวมและรายข้อ ด้านการส่งเสริมการขาย ..... 67
10	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษา ..... 68
11	ตัวแปรที่จะนำไปใช้วิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง ..... 70
12	ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง ..... 71

ญ

## สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่

หน้า

1 กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	49
------------------------------	----



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY